

KESEDIAAN GOLONGAN BELIA DALAM BIDANG PERNIAGAAN ATAS TALIAN DI PANTAI DALAM, KUALA LUMPUR

Nurulhayah Muhamad¹, Wan Nur Saleha Wan Mohd Fauzan² & Rohailin Zainon³

^{1,3} Pensyarah Fakulti Inovasi Perniagaan dan Teknologi, Kolej Universiti Islam Melaka.

² Pelajar Ijazah Sarjana Muda Pentadbiran Perniagaan (Keusahawanan), Kolej Universiti Islam Melaka.

ABSTRAK

Perniagaan atas talian merupakan perniagaan yang sangat popular dan menjadi pilihan masyarakat pada masa kini. Kini, urusan harian peniaga atas talian dapat dipermudahkan dengan adanya kemudahan internet dan bukan hanya aliran semasa. Oleh itu, dengan kemudahan perniagaan atas talian yang ada dapat dijadikan sebagai satu peluang untuk menambahkan pendapatan golongan belia. Kajian ini bertujuan mengenalpasti faktor kepercayaan, risiko dan kemahiran yang mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian di kawasan Pantai Dalam. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif iaitu pengumpulan maklumat yang melibatkan 103 orang responden yang berusia dari 15 hingga 40 tahun. Kajian ini menggunakan kaedah Regresi, Korelasi dan Deskriptif untuk mencapai objektif kajian serta menggunakan perisian SPSS versi 22 untuk menjalankan analisis tersebut. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa faktor kepercayaan dan kemahiran menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan peniaga atas talian. Manakala faktor risiko tidak mempengaruhi kesediaan peniaga atas talian.

Kata kunci : *perniagaan atas talian, kepercayaan, kemahiran, risiko.*

YOUTH AT PANTAI DALAM, KUALA LUMPUR READINESS TO INVOLVED IN ONLINE BUSINESS

ABSTRACT

Online business is a very popular business and is the choice of society today. Now, the day-to-day trading of online merchants can be simplified with the availability of internet and not just current trends. Thus, with online business facilities make this an opportunity to increase the income of the youth. This study aims to identify the factors of trust, risk and skill that affect youth readiness in online business in Pantai Dalam. This study uses quantitative methods of information gathering involving 103 respondents aged from 15 to 40 years. This study uses Regression, Correlation and Descriptive methods to achieve the objective of the study and use SPSS version 22 software to carry out the analysis. The findings of this study show that trust and skill factors show significant influence on readiness of online traders. While risk factors do not affect the readiness of online merchants.

Keywords: *online business, trust, skill, risk.*

PENGENALAN

Perniagaan secara atas talian adalah bidang keusahawanan yang melibatkan perniagaan menggunakan internet. Peniaga atas talian menggunakan internet sebagai platform utama untuk memperkenalkan produk dari segi penjenamaan, promosi dan menjana pendapatan. Konsep seperti ini adalah sama juga dengan perniagaan secara konvensional. Perbezaannya hanya peniaga atas talian menjalankan perniagaan melalui atas talian dan tidak berhadapan secara langsung dengan pengguna. Setiap perniagaan atas talian perlu mempunyai laman web perniagaannya sendiri yang boleh dipercayai, mudah untuk mengurus niaga, produk yang berkualiti serta menyimpan maklumat peribadi pengguna dengan baik (Akma Omar, 2013). Dengan kemudahan yang ada seperti perniagaan atas talian, peniaga boleh menjadikan situasi ini sebagai satu peluang untuk menambahkan pendapatan. Manakala bagi pengguna pula, mereka boleh membuat pemilihan dari pembelian tanpa ke kedai (Suzanna dan Mohd Zainudin, 2016). Menurut Hamid dan Khatibi (2006) sejak kemunculan *World Wide Web (www)*, pelbagai urusan dapat dilakukan secara atas talian dan kebanyakan rakyat Malaysia, terutamanya golongan remaja meluangkan banyak masa melayari internet untuk melakukan pelbagai aktiviti seperti perniagaan di atas talian, bermain permainan atas talian dan mencari maklumat.

Sejak beberapa tahun kebelakangan ini, *trend* menjual barangan atas talian mendapat sambutan yang baik dalam kalangan masyarakat Malaysia khususnya generasi muda seiring peningkatan dan perkembangan sektor berasaskan internet di negara ini (Utusan Online, 2016). Disamping itu juga, sebanyak 53,285 perniagaan atas talian berdaftar dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) setakat 10 Julai 2017 (Utusan Online, 2017).

Antara talian yang sering digunakan oleh peniaga atas talian ialah *facebook, instagram, twitter, lazada, shopee* dan lain-lain lagi. Ramai golongan belia yang memilih ingin menceburi perniagaan atas talian kerana ia lebih bebas, walaupun sudah mempunyai pekerjaan tetap juga boleh membuka perniagaan atas talian secara sambilan. Perniagaan atas talian membuatkan ramai golongan belia yang menetap di Kuala Lumpur lebih ingin menceburi dalam perniagaan atas talian. Hal ini kerana, di kawasan bandar seperti Kuala Lumpur mudah untuk mendapatkan barangan yang ingin dijual dalam perniagaannya dan dalam masa yang sama mendapatkan barangan dengan harga borong. Disamping itu juga, perniagaan di atas talian mempermudah urusan niaga bukan sahaja untuk pelanggan tetapi kepada peniaga juga.

Seringkali kita mendengar mengenai kes-kes penipuan jual beli secara atas talian yang membabitkan pengguna tidak kira umur, bangsa dan keturunan. Masalah yang sering berlaku adalah seperti perbezaan barang yang diterima dengan spesifikasi yang diberikan di atas talian dan tidak mendapat barang seperti yang dijanjikan (Zaleha, Che Aniza dan Nor Asiah, 2016). Merujuk kepada laporan akhbar Utusan Malaysia keluaran 15 Ogos 2014, kes penipuan internet telah meningkat

secara mendadak bagi tujuh bulan pertama pada tahun tersebut di mana terdapat 28 kes penipuan bungkusan yang telah dilaporkan berbanding dengan tahun sebelumnya iaitu sebanyak 12 kes.

Seterusnya akaun laman sosial palsu juga adalah masalah yang membelenggu kebanyakan peniaga atas talian. Malah ada yang terpaksa menanggung kerugian beribu-ribu ringgit akibat pihak yang tidak bertanggungjawab. Ianya merupakan salah satu strategi penipuan yang digunakan untuk memperdaya orang ramai yang berminat terhadap produknya supaya membeli menerusi akaun facebook, instagram dan lain-lain media (Utusan Online, 2017). Oleh itu, kepercayaan adalah yang paling utama dalam kesediaan golongan peniaga belia atas talian kerana kebanyakan pembeli mempunyai tanggapan bahawa mereka akan ditipu peniaga dalam pembelian atas talian. Antara sebabnya adalah kerana peniaga menggunakan gambar yang tidak jelas dan ia menyebabkan pelanggan hilang minat dan kepercayaan untuk membeli sesuatu produk itu.

Selain itu, terdapat juga risiko seperti kerosakan barang sama ada sebelum dipos, semasa dalam perjalanan atau semasa sampai ke destinasi (Zaleha, Che Aniza dan Nor Asiah, 2016). Bukan itu sahaja, pengguna yang melakukan transaksi secara alam maya terdedah kepada risiko. Hal ini kerana mereka tidak dapat melihat transaksi yang berlaku secara nyata tetapi hanya melalui perhubungan perantaraan sama ada telefon pintar, komputer atau tablet. Walaupun jual beli secara atas talian ini lebih mudah dan ringkas, namun pengguna lebih mudah terperdaya dimana maklumat penting mereka seperti nombor akaun atau kad kredit mudah dicuri dan diakses oleh penjenayah siber (Portal Polis Diraja Malaysia, 2014).

Seterusnya masalah kepada peniaga atas talian adalah risiko keselamatan kepada peniaga atas talian. Hal ini kerana pada zaman kini, golongan belia sering membuat siaran langsung untuk mempromosikan barangan mereka dan memberi ganjaran kepada penonton yang melihatnya. Antara contoh isu yang pernah terjadi kepada salah seorang peniaga atas talian dimana ketika beliau sedang membuat siaran langsung untuk mempromosi barangan jualannya di media sosial, peniaga tersebut telah ditembak dan dirompak (BHOnline, 2018).

Kemahiran dalam bidang perniagaan dilihat sebagai satu item yang penting dalam menentukan kejayaan seseorang dalam bidang perniagaan. Oleh itu, kemahiran yang terdapat dalam diri seseorang belia akan dikaji bagi memastikan tahap kesediaan golongan belia menceburi bidang perniagaan dan adakah sekiranya belia tidak mempunyai kemahiran ini akan menjadi satu faktor untuk mereka tidak menceburi bidang perniagaan (Muhamad Fadir, 2012). Dalam bidang perniagaan atas talian kemahiran menjadi yang utama dalam perniagaan antaranya ialah kemahiran berkomunikasi, kemahiran kepimpinan, kemahiran perakaunan, kemahiran pemasaran dan kemahiran dalam pengurusan. Hal ini kerana dalam bidang perniagaan, peniaga perlulah mempunyai kemahiran-kemahiran yang berkaitan untuk memastikan perniagaannya sentiasa betul dan mencapai matlamat perniagaan dari masa ke semasa. Kajian ini dijalankan adalah bertujuan untuk :

1. Mengenalpasti sama ada faktor kepercayaan mempengaruhi kesediaan golongan belia menjalankan perniagaan atas talian.
2. Mengenalpasti sama ada faktor risiko mempengaruhi kesediaan golongan belia menjalankan perniagaan atas talian.
3. Mengenalpasti sama ada faktor kemahiran mempengaruhi kesediaan golongan belia menjalankan perniagaan atas talian.

SOROTAN KAJIAN

Kepercayaan Mempengaruhi Kesediaan Golongan Belia Menjalankan Perniagaan Atas Talian

Kepercayaan merupakan faktor yang paling penting dalam setiap hubungan, pada umumnya kepercayaan akan terbentuk terlebih dahulu sebelum terjadinya komitmen pembeli terhadap perniagaan tersebut. Selain itu juga, kepercayaan pelanggan kepada perniagaan bergantung kepada reputasi perniagaan tersebut. Jika sesuatu perniagaan mempunyai reputasi yang baik, tahap kepercayaan terhadap perniagaan berkenaan akan meningkat dan berkembang. Seterusnya, seperti mana dalam perniagaan atas talian di media sosial, dengan adanya kepuasan yang tinggi dalam diri

pelanggan pada setiap pembelian ia akan meningkatkan lagi tahap kepercayaan dalam diri pembeli terhadap perniagaan tersebut dan seterusnya akan menimbulkan komitmen yang lebih tinggi terhadap perniagaan atau perusahaan tertentu (Nazathul Nadia, Tri Retna Suryani Suratun dan Faradillah, 2016).

Perniagaan yang menggunakan medium e-pemasaran tidak melibatkan interaksi secara langsung antara penjual dan pengguna dalam erti kata lain tidak bersemuka. Justeru, adalah menjadi satu kepentingan bagi mewujudkan kepercayaan pelanggan dan mengekalkannya (Suriatie dan Nor Aishah, 2017). Hipotesis pertama yang dapat dibina bagi kajian ini adalah seperti berikut :

H₁ : Faktor kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kesediaan golongan belia menjalankan perniagaan atas talian

Risiko Mempengaruhi Kesediaan Golongan Belia Menjalankan Perniagaan Atas Talian

Usahawan juga adalah seorang pengurus yang menerajui perniagaannya dan dapat menuntut hak keempunyaan ke atas perniagaan tersebut dan ia menanggung risiko perniagaan (Mohd Rosli, 2013). Seterusnya Idris S.M (2009) menyatakan bidang perniagaan merupakan proses mengenalpasti dan mengeksploitasi sesuatu peluang supaya ia memberi nilai dalam usaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum dengan mengandaikan segala risiko yang dihadapi dapat diselesaikan dengan sebaik mungkin.

Selain itu, kelebihan dan daya penarik yang terdapat pada pembelian atas talian ini menjadi perangsang kepada mereka untuk mengambil risiko dan melakukan pembelian. Pada masa yang sama, kepastian yang diperoleh daripada sumber yang mereka percaya membuatkan mereka lebih bersikap terbuka dan berani mengambil risiko (Zaleha, Che Aniza dan Nor Asiah, 2016). Hipotesis kedua yang dapat dibina bagi kajian ini adalah seperti berikut :

H₂ : Faktor risiko mempunyai pengaruh terhadap kesediaan golongan belia menjalankan perniagaan atas talian

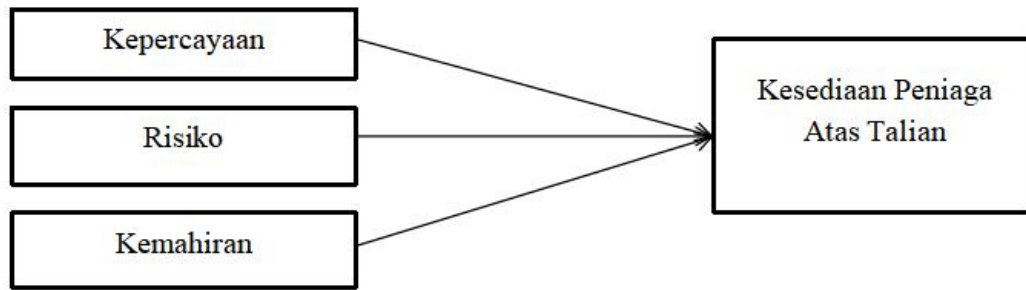
Kemahiran Mempengaruhi Kesediaan Golongan Belia Menjalankan Perniagaan Atas Talian

Kemahiran menggunakan internet dapat mengembangkan perniagaan mereka menerusi jaringan hubungan pelanggan merentasi sempadan serta pemasaran yang lebih global (Nurdin et al., 2014). Syed Shah Alam et al. (2011) menjelaskan bahawa perniagaan sebenarnya bukan berhadapan dengan kekangan kemahiran tetapi adalah disebabkan oleh kekangan peluang yang diberikan kepada mereka.

Kemahiran keusahawanan yang sedia ada dalam diri usahawan perlu dipertingkatkan selari dengan perkembangan komunikasi alaf baru seperti internet. Ini juga termasuk kemahiran dari aspek teknikal seperti penggunaan internet serta aspek komunikasi seperti kemahiran berbahasa selain daripada kemahiran khusus dalam bidang keusahawanan (Faradillah dan Samsudin. 2014). Hipotesis ketiga yang dapat dibina bagi kajian ini adalah seperti berikut :

H₃ : Faktor kemahiran mempunyai pengaruh terhadap kesediaan golongan belia menjalankan perniagaan atas talian

KERANGKA KONSEP KAJIAN



Rajah 1 : Kerangka kajian

METODOLOGI

Reka bentuk kajian adalah penting bagi sesuatu kajian sebagai panduan untuk memastikan objektif kajian ini tercapai seterusnya menjawab persoalan kajian. Kajian yang dijalankan ini bertujuan untuk melihat faktor yang mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian di Pantai Dalam Kuala Lumpur. Dalam pengumpulan data, pengkaji telah menggunakan pendekatan kaedah kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif yang digunapakai oleh pengkaji dalam kajian ini untuk mengumpul data ialah melalui tinjauan di mana melibatkan penggunaan soal selidik untuk mengumpul data mengenai populasi, pemikiran dan tingkah laku responden. Soal selidik ini akan diedarkan kepada peniaga atas talian yang terdiri daripada golongan belia di Pantai Dalam, Kuala Lumpur. Di samping itu juga kajian ini menggunakan kaedah analisis deskriptif, analisis korelasi dan analisis regresi. Analisis deskriptif seperti min, mod, median, peratus dan kekerapan akan dijalankan untuk mendapatkan maklumat dan data mengenai perkara tersebut melalui sampel yang diperolehi daripada responden. Manakala analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah tidak bersandar. Seterusnya analisis regresi pula ialah digunakan untuk melihat pengaruh antara pemboleh ubah tidak bersandar keatas pemboleh ubah bersandar.

Instrumen kajian merupakan satu alat yang digunakan oleh penyelidik ketika menjalankan sesuatu penyelidikan. Instrumen kajian digunakan sebagai asas bagi memperoleh data seperti mana yang dikehendaki oleh penyelidik untuk mencapai objektif kajian. Instrumen yang digunakan oleh penyelidik ialah kaedah soal selidik. Soal selidik ialah merupakan satu set soalan atau item dalam bentuk tulisan dan merupakan satu alat dibentuk secara khusus untuk mengumpul maklumat bagi tujuan analisis yang dapat menjawab persoalan kajian. Soal selidik yang digunakan dalam kajian ini adalah dirujuk dan diolah ikut kesesuaian daripada kajian Suzanna dan Mohd Zainudin (2016); Zaleha, Che Aniza dan Nor Asiah (2016); Azmi, Nik Hairi dan Lee (2012); Faradillah, Samsudin dan Ali Salman (2015).

Instrumen soal selidik ini pengkaji menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang faktor yang mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian. Item ini mengandungi skala likert iaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak pasti, setuju atau sangat setuju. Soal selidik yang digunakan terdiri daripada empat bahagian iaitu demografi, faktor-faktor, kesediaan peniaga atas talian dan cadangan atau pendapat.

Hasil daripada ujian kebolehpercayaan yang dijalankan ke atas instrumen yang mempunyai 30 orang responden, nilai Cronbach's Alpha yang diperolehi adalah sebanyak 0.856, soal selidik yang digunakan adalah berada pada tahap yang baik.

Responden yang dipilih adalah terdiri daripada golongan belia yang mempunyai perniagaan atas talian di kawasan Pantai Dalam, Kuala Lumpur. Pengkaji menggunakan formula kaedah Tabachnick dan Fidell (2007) untuk menentukan jumlah bilangan responden yang diperlukan sebagai sampel kajian. Berdasarkan persampelan ini, jumlah sampel yang diperlukan adalah melebihi 74 orang responden dikalangan golongan belia yang terlibat dalam perniagaan atas talian di Pantai Dalam

Kuala Lumpur namun pengkaji telah berjaya mengumpulkan sejumlah 103 orang responden. Lokasi dipilih kerana ia berdekatan dengan pengkaji dan mudah untuk mendapatkan data.

Apabila semua data-data yang digunakan dikumpul di dalam borang soal selidik yang diperolehi daripada responden maka penyelidik akan memasukkan data tersebut ke dalam komputer untuk dianalisis. Data-data yang diperolehi akan dianalisis menggunakan perisian Statistical Package For Sosial Science (SPSS) versi 22. Antara analisis-analisis yang digunakan dalam kajian ini ialah deskriptif, kolerasi dan regresi.

DAPATAN KAJIAN

Jadual 1 : Maklumat Demografi

| Profil | Kekerapan | Peratusan (%) | |
|-------------------------|-------------------------|----------------------|-------|
| Jantina | Lelaki | 33 | 31.7 |
| | Perempuan | 71 | 68.3 |
| | Jumlah | 103 | 100.0 |
| Umur | 15 – 20 tahun | 1 | 1.0 |
| | 21 – 30 tahun | 82 | 79.6 |
| | 31 – 40 tahun | 20 | 19.4 |
| | Jumlah | 103 | 100.0 |
| Taraf Pendidikan | SPM | 38 | 36.9 |
| | STPM / STAM | 6 | 5.8 |
| | Diploma | 15 | 14.6 |
| | Ijazah | 44 | 42.7 |
| | Jumlah | 103 | 100.0 |
| Jenis Pekerjaan | Sepenuh masa | 49 | 47.6 |
| | Separuh masa | 22 | 21.4 |
| | Bekerja sendiri | 32 | 31.1 |
| | Jumlah | 103 | 100.0 |
| Jenis produk perniagaan | Kecantikan dan Kosmetik | 36 | 35 |
| | Makanan dan Minuman | 40 | 38.8 |
| | Perkhidmatan | 7 | 6.8 |
| | Lain-lain | 20 | 19.4 |
| | Jumlah | 103 | 100.0 |

Jadual 1 di atas menunjukkan kekerapan dan peratusan responden mengikut jantina, umur, taraf pendidikan, jenis pekerjaan dan jenis produk yang diniagakan. Di dalam keputusan kajian yang telah dibuat menunjukkan bahawa majoriti golongan belia yang membuat perniagaan atas talian ini sudah mempunyai pekerjaan dan bekerja secara sepenuh masa iaitu seramai 47.6 peratus. Manakala, jenis perniagaan yang menjadi pilihan mereka adalah produk makanan dan minuman iaitu seramai 40 orang responden atau 38.8 peratus.

Analisis Korelasi

Jadual 2 menunjukkan hubungan antara pemboleh ubah yang dikaji iaitu hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian di Pantai Dalam, Kuala Lumpur. Hasil dapatan ini menunjukkan dua pemboleh ubah tidak bersandar adalah signifikan iaitu faktor kepercayaan dan faktor kemahiran, manakala faktor risiko adalah tidak signifikan.

Jadual 2 : Korelasi pembolehubah dan kesediaan peniaga atas talian

| Pembolehubah | <i>r</i> | <i>p</i> |
|--------------|----------|----------|
| Kepercayaan | 0.506** | 0.000 |
| Risiko | 0.069 | 0.490 |
| Kemahiran | 0.606** | 0.000 |

Hasil kajian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan dan kesediaan peniaga atas talian iaitu $r = 0.506$, $p = 0.000$. Berdasarkan jadual 2 yang menerangkan mengenai kekuatan hubungan, hubungan antara faktor kepercayaan dan kesediaan peniaga atas talian adalah kuat. Korelasi hubungan antara pemboleh ubah adalah positif dimana jika semakin tinggi kepercayaan, semakin tinggi tahap kesediaan peniaga atas talian di Pantai Dalam, Kuala Lumpur.

Terdapat hubungan yang signifikan juga diantara faktor kemahiran dan kesediaan peniaga atas talian yang disokong dengan korelasi koefisien iaitu $r = 0.606$, $p = 0.000$. Berdasarkan jadual kekuatan hubungan Albert Davis (1971), hubungan antara kepercayaan dan kesediaan peniaga atas talian adalah kuat. Korelasi menunjukkan hubungan positif dimana semakin tinggi kemahiran kesediaan peniaga atas talian, semakin tinggi kesediaan peniaga atas talian.

Hasil kajian mendapati hubungan antara faktor risiko dan kesediaan peniaga atas talian di kalangan golongan belia adalah tidak signifikan dengan korelasi koefisien iaitu $r = 0.069$, $p = 0.490$. Nilai signifikan p adalah lebih besar daripada 0.05 yang menunjukkan tiada hubungan yang signifikan antara dua pembolehubah tersebut.

Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk menguji kesan kepercayaan, risiko dan kemahiran terhadap kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian di Pantai Dalam, Kuala Lumpur. Analisis Regresi merupakan kaedah yang membolehkan pengkaji mengkaji hubungan berdasarkan persamaan linear dikaji bukan sahaja antara satu pemboleh ubah dan satu pemboleh ubah lain malah antara satu pemboleh ubah dengan beberapa pemboleh ubah lain (Hair et al., 2010).

Jadual 3 : Analisis Regresi

| Pembolehubah bersandar | Pembolehubah bebas | β | BETA | t | Sig. |
|-------------------------------|-----------------------|---------|-------|-------|-------|
| | Konstan | 0.419 | | 0.769 | 0.443 |
| Kesediaan peniaga atas talian | Kepercayaan (X_1) | 0.255 | 0.202 | 2.006 | 0.048 |
| | Risiko (X_2) | 0.046 | 0.477 | 0.547 | 0.586 |
| | Kemahiran (X_3) | 0.626 | 0.043 | 4.733 | 0.000 |
| R^2 | 0.395 | | | | |
| F | 21.513 | | | | |
| Sig. F | 0.000 | | | | |

Hasil dapatan kajian yang dipaparkan dalam jadual 3 menunjukkan 39.5 % ($R^2 = 0.395$) faktor kepercayaan, risiko dan kemahiran menerangkan mengenai kesediaan peniaga atas talian. Jadual 3 juga menunjukkan bahawa F-statistik ($F = 21.513$) dan nilai p yang signifikan (0.000) atau lebih kecil daripada nilai Alpha 0.01. Ini menunjukkan bahawa cerun garis linear model ini dianggarkan tidak sama dengan sifar mengesahkan bahawa data kajian sesuai dengan tiga model ramalan regresi linear yang ditunjukkan dalam kajian.

Merujuk kepada analisis regresi, kesediaan peniaga atas talian hanya mempengaruhi dua pemboleh ubah tidak bersandar iaitu kepercayaan dan kemahiran, namun faktor risiko tidak mempunyai hubungan yang signifikan dan tidak menyumbang kepada kesediaan peniaga atas talian. Berdasarkan hasil kajian ini juga hubungan antara kesediaan peniaga atas talian dipengaruhi oleh faktor kepercayaan dan faktor kemahiran dapat dijelaskan menggunakan analisis regresi yang dinyatakan melalui persamaan linear seperti berikut :

$$Y = 0.419 + 0.255 (X_1) + 0.626 (X_3)$$

Di mana,

Y adalah Kesediaan Peniaga Atas Talian

X_1 adalah Faktor Kepercayaan

X_3 adalah Kemahiran

Hasil kajian ini menunjukkan bahawa jika satu unit kepercayaan meningkat, maka kesediaan peniaga atas talian juga meningkat sebanyak 0.255. Seterusnya, jika unit kemahiran meningkat, maka kesediaan peniaga atas talian juga meningkat sebanyak 0.626. Manakala faktor risiko pula tidak menyumbang kepada kesediaan peniaga atas talian. Hasil kajian ini sekaligus menyokong faktor kepercayaan dan faktor kemahiran dapat mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian di Pantai Dalam, Kuala Lumpur.

PERBINCANGAN

Berdasarkan dapatan kajian ini juga, faktor kepercayaan, kemahiran mempengaruhi kesediaan peniaga atas talian, manakala faktor risiko tidak mempengaruhi kesediaan peniaga atas talian. Berdasarkan keputusan analisis yang diperolehi, faktor kepercayaan mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian. Kajian ini merumuskan bahawa kemahiran adalah faktor terpenting yang dapat mempengaruhi kesediaan golongan belia dalam bidang perniagaan atas talian. Bidang perniagaan atas talian bukan sesuatu yang baru dan ianya semakin berkembang pesat pada masa kini. Rata-rata peniaga menggunakan internet sebagai salah satu platform untuk memperkenalkan sesuatu produk atau perkhidmatan dari segi penjenamaan, promosi dan jana pendapatan. Oleh itu, kemahiran mempengaruhi kesediaan peniaga dalam bidang perniagaan atas talian. Hal ini kerana, setiap peniaga memerlukan kemahiran dan kepakaran dalam menggunakan media sosial ataupun teknologi untuk memperkembangkan perniagaanya lagi.

RUJUKAN

- Akta Pertubuhan Belia Tangani Keseluruhan Isu Belia. (23 Mac 2007). *Utusan Online*.
- Davis J.A. (1971) *Elementary Survey Analysis*. Englewood, NJ: Prentice-Hall
- Faradillah & Samsudin. (2014). Faktor kejayaan usahawan wanita dalam talian: suatu tinjauan awal. *Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor & Universiti Kebangsaan Malaysia*.
- Faradillah Iqmar Omar, Samsudin A. Rahim & Ali Salman. (2015). Penyertaan Digital Dan Ciri Keusahawanan Dalam Pemeraksanaan Usahawan Wanita Di Malaysia. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*. Jilid 31(1) 2015, hlm 241-256.
- Idris, N.A. (2003). Daya saing usahawan wanita Melayu menghadapi cabaran globalisasi, *Prosiding Persidangan Kebangsaan Pusat Pengajian Sosial (UKM)*.
- Mohd Rosli, F. (2013). Pembudayaan Keusahawanan Kearah Mempengaruhi Kecenderungan Menceburi Bidang Keusahawanan Dalam Kalangan Bakal Graduan di UTHM. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis Sarjana
- Muhamad Fadir Ibrahim. (2012). Cabaran Golongan Belia Menceburi Bidang Keusahawanan Kajian Kes: Parit Raja, Batu Pahat, Johor. Fakulti Pendidikan Teknikal dan Vokasional Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Nazathul Nadia, Tri Retna Suryani Suratun & Faradillah. (2016). Faktor-faktor pembelian produk di media sosial dalam kalangan generasi muda KUIS. *Proceeding of the 3rd International Conference on Management & Muamalah 2016 (3rd ICoMM)*.
- Nor Fazlina Abdul Rahim. (28 Januari 2018). Peniaga Online Masih Trauma. *Berita Harian Online*.
- Nurdin, G., Chan, G. K. L., Selvadurai, S. & Suraiya Ishak. (2014). Hubungan sosial dan perniagaan kecil-kecilan di Malaysia – tingkah laku inovatif usahawan wanita atas talian. *GEOGRAFIA Online Malaysian Journal of Society and Space*, 10 (6). hlm. 206-218.
- Suriatie Mohd Yunus & Nor Aishah Buang. (2014). Pendekatan penggunaan medium e-pemasaran dalam kalangan usahawan wanita. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE) Vol. 1: no.1*. hlm. 47–57.
- Suzanna Azmieyda Mamat & Mohd Zainudin Othman. (2017). Etika Peniaga Atas Talian Dari Perspektif Pelajar Di Universiti Utara Malaysia, Sintok. Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi dan Logistik, Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia.
- Syed Shah Alam, Mohd Fauzi Mohd Jani & Nor Asiah Omar. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3 (2). hlm. 166-175.
- Zaleha Yazid, Che Aniza Che Wel & Nor Asiah Omar. (2016). Persepsi Mahasiswa Terhadap Urusan Pembelian Atas Talian. *Jurnal Personalia Pelajar 19(2)*. hlm. 17-25.